

GUIA ABERTO · AGOSTO DE 2026

Os prompts que a gente *usa*

O que roda dentro da QG21 para escrever copy e roteiro com IA. Os mesmos, sem versão reduzida e sem guardar nada.

Nove metros quadrados

A QG21 começou dentro de um apartamento de nove metros quadrados. O número 21 do nome é o número daquele apartamento. Não é código de nada, não tem significado escondido: é onde a mesa cabia.

O QG é quartel-general. A ideia sempre foi essa: o lugar onde as melhores cabeças decidem a batalha antes de alguém sair para o campo. Numa sala de nove metros isso soava presunçoso. Oito anos e mais de duzentas e cinquenta empresas depois, virou descrição.

O que mudou no meio do caminho não foi o tamanho da sala. Foi a descoberta de que **o trabalho que dá resultado quase nunca é o que aparece**. O post bonito é a menor parte. A parte grande é a operação: o que roda todo dia, o que ninguém vê, o que segura o prazo quando três clientes pedem a mesma coisa na mesma tarde.

Este guia é um pedaço dessa parte grande. São os prompts que a gente escreve, corrige e usa aqui dentro para produzir copy e roteiro. Não são exemplos didáticos. São os de verdade.

Por que estamos entregando isso. Porque método guardado a sete chaves é o que agência pequena faz quando não tem operação atrás. Quem tem operação entrega o método sem medo, porque sabe que o difícil nunca foi saber o que fazer.

A Bela e o *Louco*

Toda operação criativa que funciona tem duas cabeças que discordam. Aqui elas têm nome, território e limite escrito.

A Bela · Mônica

Território: imagem, estética, o jeito como uma marca aparece. É o lado que faz parar o scroll e que traz quem ainda não sabe que precisa.

Foi ela quem trouxe a IA para dentro da parte visual, testando o que presta e descartando o que só parece impressionante. O que mudou foi o tempo, não o gosto.

O Louco · Lucas

Território: abrir o que os outros guardam. O método inteiro, o número que o mercado esconde, o erro que aconteceu na terça.

A loucura não é falar alto nem fazer diferente. É entregar de graça o que o mercado cobra caro, sem perder o sono com quem vai pegar e fazer sozinho.

A razão de isto estar num guia de prompts é simples: **a IA não tem nenhuma das duas cabeças**. Ela tem uma só, e ela é média por construção. Não vai parar o scroll de ninguém e não vai dizer o que ninguém teve coragem de dizer. Todo prompt daqui para a frente existe para forçar uma das duas a aparecer.

O limite que a gente respeita. Onde ser visivelmente real é a mensagem, clone e avatar não entram. Ferramenta de IA serve para volume, versão e idioma. Não serve para a peça em que a pessoa precisa acreditar que tem gente do outro lado.

Prompt não é resposta

A diferença entre quem tira algo útil da IA e quem tira texto genérico quase nunca está na ferramenta. Está em três hábitos.

- 1 Contexto antes de pedido.** A IA escreve para a média do que ela viu. Ela só sai da média se você entregar o que só você sabe: o número real, a objeção que o cliente falou, o erro que aconteceu na terça.
- 2 Uma peça, uma ideia.** Prompt que pede cinco coisas devolve cinco coisas mornas. Peça uma, e peça a mais difícil.
- 3 O primeiro resultado é rascunho.** Nunca o final. Nossa média aqui é de três a cinco rodadas de corte por peça, e o corte é sempre humano.

A regra que mais economiza tempo: se o texto que saiu funcionaria igual para o seu concorrente, ele está errado. Não é questão de qualidade de escrita, é de falta de contexto na entrada.

Nenhum prompt deste guia foi feito para ser usado sozinho. Todos assumem que você vai colar informação real da sua empresa nos campos entre colchetes. Sem isso eles devolvem o mesmo que qualquer prompt de internet devolve.

Descobrir para quem você está falando

Este é o primeiro que a gente roda, antes de qualquer texto. Ele não escreve nada: obriga a decidir o estágio de consciência de quem vai ler. Pular esta etapa é a causa nº 1 de conteúdo que agrada e não vende.

PROMPT · DIAGNÓSTICO DE AUDIÊNCIA

Você é um estrategista de marketing de resposta direta.

Meu negócio: [o que você faz, em uma frase, sem adjetivo]

Meu cliente típico: [cargo, tipo de empresa, tamanho]

O que ele me procura para resolver: [a dor, com as palavras dele]

O que ele já tentou antes de me achar: [soluções anteriores]

Me devolva, em lista curta:

1. Em que estágio de consciência essa pessoa está
(não sabe que tem o problema / sabe do problema mas não da solução / compara soluções / compara fornecedores)
2. Que 3 coisas ela precisa entender ANTES de considerar comprar
3. Que 3 frases o mercado repete para ela e já não funcionam
4. Uma pergunta que ela faz em voz alta e ninguém responde direito

Não me dê conselho de marketing. Só o diagnóstico.

O item 4 é o mais valioso. Ele costuma virar a pauta da semana inteira.

O que fazer com a resposta: se o estágio for “não sabe que tem o problema”, todo conteúdo que fala de solução vai passar batido. Comece pelo custo do problema, não pelo que você vende.

Copy de post com uma ideia só

O erro mais comum em post de empresa é caber seis assuntos. Vira inventário, e ninguém consegue repetir para outra pessoa o que leu. Este prompt força o corte.

PROMPT · TEXTO PARA LINKEDIN OU INSTAGRAM

Escreva um post para [LinkedIn / Instagram].

A UMA ideia do post: [escreva em uma frase. se você precisar de duas, o post são dois]

Para quem: [estágio de consciência do prompt 1]

A prova que eu tenho: [um número real, uma tela, um caso, uma decisão com data. sem prova, o post não sai]

O que eu NÃO quero pedir: nenhuma contratação

Regras:

- Comece pela frase mais estranha ou mais específica que você tem. Nunca por contexto ou apresentação.
- A prova aparece DENTRO do texto, não como promessa de algo que virá depois.
- Frases curtas, sem jargão. Se um dono de empresa que não é da área não entender, reescreva.
- Termine sem CTA de venda. O convite é para pensar ou para conversar, nunca para comprar.

Teste antes de me entregar: eu mandaria isso para um sócio meu? Se a resposta for não, o texto é sobre você e não sobre quem lê. Refaça.

O teste final é o que mais corta. Use-o em tudo que escrever, com ou sem IA.

Carrossel de 7 slides

Carrossel é o formato que mais gera salvamento, e sete slides é o ponto onde a pessoa termina. Este prompt já sai na estrutura que a gente usa: capa, desenvolvimento, respiro e fecho.

PROMPT · CARROSSEL

Escreva um carrossel de exatamente 7 slides.

Assunto: [uma ideia só]

Para quem: [estágio de consciência]

Prova que eu tenho: [número, tela, caso real]

Estrutura obrigatória:

- Slide 1: a afirmação mais incômoda do tema. Tem que funcionar sozinha, sem os outros seis.
- Slides 2 a 4: o desenvolvimento. Cada um traz UM fato ou UMA etapa. Nunca dois.
- Slide 5 e 6: respiro. Frase curta, sem dado novo, para o olho descansar.
- Slide 7: o fecho vira a régua do leitor. Uma pergunta ou uma constatação sobre a situação DELE, não sobre você.

Limites: máximo 30 palavras por slide. Sem numeração visível. Sem "parte 1" e sem prometer continuação.

Depois dos 7 slides, escreva a legenda em até 5 linhas, terminando com um pedido para ENVIAR o post a alguém específico (não "salve", não "comente").

Pedir envio em vez de salvamento muda quem vê a peça: envio alcança quem ainda não te segue.

Roteiro de vídeo curto

Em vídeo vertical os três primeiros segundos são a headline. O resto só existe se eles funcionarem. Este prompt entrega o gancho separado, para você poder testar vários sem regravar o vídeo inteiro.

PROMPT · VERTICAL DE 40 A 60 SEGUNDOS

Escreva um roteiro de vídeo vertical de 45 segundos.

Assunto: [uma ideia]

O que eu vou mostrar na tela: [tela, objeto, lugar ou só você falando]

Entregue em 3 cenas:

CENA 1 (0-3s) · o gancho. Uma frase dita em voz alta.

Proibido começar com: data, saudação, "hoje eu vou falar sobre", nome da empresa.

CENA 2 (3-32s) · o desenvolvimento, escrito para ser falado e não lido. Frases de no máximo 12 palavras.

CENA 3 (32-45s) · o fecho. Termina numa frase que fica na cabeça. Sem CTA de venda.

Depois, me dê MAIS 4 versões só da CENA 1, cada uma com um ângulo diferente: número, erro admitido, pergunta direta, contradição do senso comum.

As 4 versões extras são o pulo do gato: mesmo bruto, quatro vídeos diferentes.

Regra de produção que economiza semanas: uma gravação boa vira seis cortes se você gravar pensando neles. Liste os cortes antes de ligar a câmera, não depois.

A tradução do custo

Este é o prompt que mais mudou nosso conteúdo, e ele resolve um erro que quase todo mundo comete: mostrar o que você tem em vez do que aquilo evita. Tela, prêmio, certificado e número não convencem sozinhos.

PROMPT · TRANSFORMAR RECURSO EM CONSEQUÊNCIA

Vou te dar uma coisa que a minha empresa tem ou faz.
Sua tarefa é traduzir isso no custo que ela evita.

O que eu tenho: [ferramenta, processo, certificação,
número, equipe, sistema]
Meu cliente: [quem é]

Me devolva:

1. Em uma frase, o que acontece na empresa dele HOJE por não ter isso. Concreto, com tempo ou dinheiro.
2. A mesma frase, agora do jeito que ELE contaria para o sócio, com as palavras dele.
3. Uma comparação de escala que ele sinta (ex: "isso é uma manhã por semana")

Proibido: adjetivo (eficiente, robusto, inovador), promessa de resultado, e qualquer palavra que ele precisaria pesquisar.

Exemplo real do nosso: "26 automações rodando" não diz nada. "26 tarefas que alguém teria que lembrar todo dia, e ninguém lembra todo dia" diz tudo.

Tirar a cara de IA do texto

Texto gerado tem sinais que o leitor reconhece mesmo sem saber nomear, e eles derrubam a confiança na hora. Este é o prompt de limpeza que roda em tudo que sai daqui para o público.

PROMPT · LIMPEZA FINAL

Reescreva o texto abaixo tirando todas as marcas de texto gerado por IA. Mantenha o sentido e o tamanho.

Tire:

- Travessões usados no meio da frase
- Sequências de frases curtas em staccato, uma atrás da outra, para soar dramático
- Pares do tipo "não é X, é Y" repetidos
- Palavras de peso vazio: robusto, poderoso, revolucionário, fundamental, crucial, no cenário atual, é importante ressaltar, em suma
- Abertura que resume o que virá e fecho que resume o que veio
- Listas de três itens onde duas ideias bastavam

Mantenha:

- O jeito de falar de quem escreveu
- Repetição proposital, se houver
- Frases longas quando o assunto pede

TEXT0:

[cole aqui]

Rode este por último, sempre. Ele é o que separa material de empresa de material de robô.

Cinco erros que estragam o resultado

- 1 Pedir sem dar contexto.** Prompt curto devolve texto médio. A IA não sabe o número que você mediu ontem, e é ele que faz a diferença.
- 2 Aceitar o primeiro resultado.** Ele quase sempre é a média do assunto. O bom aparece na terceira ou quarta rodada, depois de você cortar.
- 3 Pedir texto e imagem no mesmo prompt.** Vira os dois medianos. Separe, e decida o texto primeiro: ele é que manda na imagem.
- 4 Usar dado que você não consegue reproduzir.** Se você não sabe de onde saiu o número, ele não entra em peça pública. Nem que a IA jure.
- 5 Achar que a ferramenta decide.** Ela gera. Quem escolhe o que presta continua sendo gente, e é essa escolha que o cliente está pagando.

O erro que não está na lista porque é o maior: produzir muito e não medir nada. Escolha três números antes de começar e publique-os, mesmo quando forem ruins.

O que a gente *guardou*

Nada. Os prompts deste guia são os mesmos que rodam aqui dentro, sem versão reduzida.

O que continua sendo nosso não é o método: é a execução. É rodar isso toda semana, com prazo, para várias empresas ao mesmo tempo, sem que a produção pare quando um cliente liga com urgência. É ter alguém que sabe qual resultado jogar fora. É o sistema que faz o dia acontecer antes das nove da manhã.

Se você aplicar tudo daqui, vai escrever melhor. E vai descobrir sozinho onde o tempo trava, que é exatamente onde a gente entra.

Não tem nada para comprar nesta página. Se este guia foi útil, o melhor retorno é você me contar o que funcionou e o que não funcionou, porque é assim que a próxima versão fica melhor.

Como falar com a gente

Instagram @qg21studio · me manda no Direct o que você testou.

A QG21 é uma agência de marketing digital em Barueri, São Paulo. Oito anos, mais de duzentas e cinquenta empresas atendidas.